

MARKETING: CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

Die Konkurrenz kann Ihre Produkte und Preise kopieren, und sie kann ähnliche Vertriebskanäle verwenden wie Ihr Unternehmen – sie kann jedoch nicht die Bindung nachahmen, die zwischen Ihnen und Ihren Kunden besteht.

In einer Zeit, in der das Angebot der Konkurrenz oft nur einen Mausklick entfernt ist, werden Kunden immer anspruchsvoller und erwarten einen Kundendienst, der in Qualität und Schnelligkeit nichts zu wünschen übrig läßt.

Kunden möchten die Wahl haben: die Wahl der Produkte, die Wahl der Preise ... und die Wahl wie, wann und mit wem sie Geschäft tätigen möchten. Aus diesem Grund stellen Unternehmen von einem auf mehrere Vertriebskanäle um, indem sie die bereits vorhandenen Vertriebsabteilungen und Einzelhandelsgeschäfte mittels Internet und Call Centern erweitern.

Selbstverständlich erwarten Kunden eine gleichbleibend hohe Qualität des Kundenkontaktes, unabhängig von dem von ihnen genutzten Vertriebskanal. Ihr Unternehmen muß folglich bereit sein, Geschäfte abzuwickeln, ohne daß dabei Faktoren wie Vertriebsweg, Ort, Zeit, Sprache, Währung oder Kommunikationsmittel eine Rolle spielen.

3 Eckpfeiler: Umsatzwachstum, Steigerung der Kundenzufriedenheit, Steigerung der Mitarbeiterproduktivität

Quelle: Fa. Siebel Systems 2000